

「取次」のいない市場

—イランの書籍流通—

岩崎 葉子

モノが生産され最終消費者のもとへ届けられるまでの流通経路の様態は、そのモノ自体がもつ特性によって大きく左右される。生鮮食品、工業製品、奢侈品など、あらゆる商品はその需要層、価格帯、求められる鮮度や品質ごとに、それらに適した異なる形の流通チャネルが発達している。

●書籍という「商品」の特性

とりわけ書籍という商品は、市場へむけて量産されるあまたの商品のなかでも特異な性質をもつ。すぐれて知的かつ文化的な生産物である書籍は、その本から提供される一般的情報の質や量以上にそれぞれの著者に固有の見解や筆致・文体といったものが重視されること少なくない。読者は特定の作家、特定のジャンル、特定の装丁といったものに対して代価を

支払うのであって、爛熟した市場で多種類の類似本が出回るような場合があるにしても、なお個別のアイテムの代替可能性がきわめて低い商品といえる。さまざまメニューカーがデザインや機能の差別化にしのぎを削る家電や、全国の産地が品種改良に取り組む野菜や果物などとは、根本的に需要のあり方が異なっているのである。

したがって、ときに数十万部を超えるベストセラーが出ることがあっても、一般に書籍の市場は読者の多様な嗜好に応じて細分化しており、「多品種少量」生産が行われているのが普通だ。また商品としての価格弾力性が低い書籍は、多くの国々で「再販売価格維持制度」(以下、再販制)が適用されてきた典型的なアイテムでもある¹⁾。再販制とは、ある商品の供給者が、その商品の取引先である

事業者に対して、その次の取引先に販売するときの価格(再販価格)²⁾を指示し、これを遵守させる制度のことである。零細な規模の出版社であっても、再販制があることにより価格競争に疲弊することなく市場の一角を占めることができるため、良質な書き手を確保すれば経営がたちゆくのである。

●日本出版業界の懊悩

市場規模が大きく、世界でも多数の出版大国である日本でもこうした傾向は変わらない。とはいえ日本では一九九〇年代末頃から「出版不況」が取りざたされるようになってきていることは周知のとおりだ。日本の少子・高齢化による読書人口の減少や消費者の娯楽対象の変化などを主たる原因として、書籍の発行点数や売上が減少していることが指摘され始めて久しい。

著しい市場規模の縮小にともなって、町場の小さな書店の廃業、卸売業者の経営破綻や統合など大きな変化に見舞われている。このような状況下の日本出版業界では近年、これまでの「伝統的」書籍流通システムが次第に突き崩されつつあり、その結果もたらされる出版ビジネスの構造的な変容が議論を呼んでいるのである。

従来わが国では、「取次」とよばれる大手の書籍卸売業者の寡占状態が長く続いていた。明治期以降に比較的零細な出版社と全国に散らばる書店との仲介を行うための大規模な取次が誕生し、ごく最近まで上位二社の取次が市場流通量の七割を取り扱った。巨大な取次が規模の小さな出版社と書店との取引に在庫管理のバッファーとして介在することで返本を前提とした委託販売が可能となり、書籍再販制の維持にも貢献したと考えられている。そればかりか、個々の書店の品揃えにもこれら取次の采配が強く影響し、書店の立地、規模、購買層などに応じて事実上取次によってラインナップされ、振り回された書籍が、書店の店頭に並ぶことが多いといわれてきた。つまり、書籍流通市場における取

次の機能はたんなる集荷・在庫管理・卸売にとどまらず、販売促進や消費者ニーズの把握といった副次的ではあるがきわめて重要な市場開拓を担っていたのである。

しかし最近ではこうした出版社・取次・小売書店の三者による流通チャネルは徐々に崩れ、これまでは日本の書籍流通の要として機能してきた取次を排した出版社と書店との「直取引」が増加する兆しを見せている。その過程で、ネット通販の大手小売業者などが行うポリュームディスカウント（ポイントサービスなど）がこれまで出版業界が維持してきた再販制がなし崩しに形骸化する恐れが指摘され始めた^③。また取次の淘汰が進むなかで、これまで一つの取次に販売を依存していた多くの書店（多くの場合、一つの書店は一つの取次業者とだけ取引をするのが業界の慣例）が、取引先の廃業にともない新たな取次業者と契約する際に条件を切り下げられ、廃業を余儀なくされる事例が出ている。

こうした事態が日本の出版界にとってきわめて重要かつ深刻な変化であると受け止められている背景として、おおむね次のような懸

念や問題を指摘することができるといえる。町場の小売書店が姿を消し、都市部を中心とした大規模店舗のみで店頭売りが行われることになれば読者離れに拍車がかかりかねない。また再販制の崩壊は前述のような幅広い読者層の多様なニーズに応える「多品種少量」生産を支えてきた日本の中小・零細出版社の経営危機に直結する。ひいては、一部の量産型ベストセラー本以外の書籍が出版されづらくなり（つまり同じ本ばかりが大量に刷られて売られる）、これまで培われてきた日本の出版文化が大きく後退を余儀なくされる可能性につながりかねないのである。これが、いわば社会の中心的文化事業でもある出版ビジネスが今日直面する懸念である。

●イランにおける出版の概況

こうした議論や懸念の妥当性について考える場合、イランの書籍流通システムが一つの興味深い比較対象として有益である。というのも、そこには日本型とはまったく異なる市場構造と、それにともなう流通システムとが機能しているからだ。

イランの出版業界もまた、日本

と同様に零細な出版社や書店がひしめいている。二〇一一年時点でイランの識字率は、およそ八五%に達しており、途上国一般のなかでは高い水準にある^④。一〇年ほど前まではイランの書籍流通市場は日本に比してさほど大きなものではなかったが、教育機会の普及も影響して出版需要はかつてよりも増大している。

イラン統計センターの資料によれば、現在のイランにおける書籍出版の規模は表1のとおりである。イラン暦一三九三年（二〇一四年三月〜二〇一五年三月）の一年間に、イランでは七万二八七七点（タイトル）の書籍が出版され、発行部数は一億五〇〇万部あまりにのぼる（『全国統計年鑑一三九三』。ただしここには定期刊行の雑誌類は含まれない）。発行点数（重版の書籍も含む）の内訳を見ると、「応用科学」分野の出版物が最も多く、次いで「児童書」、「宗教」と続く。発行点数と発行部数から単純計算するに、一タイトルが平均二〇〇〇部前後刷られていることになる。

参考のために、日本の出版状況をあわせて紹介しておく。『日本国勢図会二〇一六／一七年』によ

表1 イランの書籍出版規模(1393年[2014/15年])

分野	発行点数	発行部数 (単位：1,000部)
事典・伝記・目録	1,380	1,606
哲学	2,989	4,424
宗教	10,406	26,288
社会科学	7,537	10,645
言語	2,278	3,749
自然科学・数学	2,497	3,156
応用科学	12,002	16,121
芸術	2,429	3,610
文学	10,393	13,690
歴史・地理	3,276	5,584
参考書	6,589	25,988
児童書	11,101	37,462
計	72,877	152,323
計(日本2014年)	80,954	1,205,470

(出所) 参考文献②、③。

ると、二〇一四年現在の日本における新刊書籍（雑誌を除く）の発行点数は八万九五四点で、その発行部数はおよそ一二億五五〇万部となっている（参考文献③、四一〇ページ）。日本の書籍出版規模は、点数ではイランとあまり差がないが、部数では八倍近い^⑤。イランの出版規模、書籍流通市場の相対的な小ささがみて取れよう。また一点あたりの発行部数が小さいイランのほうがより「多品種少量」生産の傾向が強いともいえる。

●イスラム文化・指導省の役割

イランにおける出版の主体は、政府機関や大学出版局を除くと商

業出版社と個人の自費出版に大別できる。政府機関以外は主体がいずれであっても、出版に際してはイスラム文化・指導省 (Yezārāte Farhang va Ershade- Eslami) から許可を得なければならぬ (したがって表1に計上されている数字は同省の認可書籍に関するものである)。本の内容によっては検閲後に修正や部分的削除の指導がなされる場合がある。そのため出版社はまず提出用の非売部数を作り、許可が下りたのちに刊行する。省内の検討体制は多数の専門分野ごとに分かれている。

上記のような許認可業務に加えて、イスラム文化・指導省が果たす重要な機能として以下の点が挙げられる。一つは認可された書籍の政府買い上げである。出版許可を得た書籍のうちから、イスラム文化・指導省によって選定されたものの一定部数が再販価格で買い上げられ、同省を通じて、全国の政府系研究機関、大学、図書館などに配布される⁶⁾。この制度を通じて、テヘランなどの大都市から遠く書籍流通網から取り残されがちな地方でも、住民が一定程度の書籍にアクセスできるように配慮されている。現在、こうした政

府買い上げの書籍⁷⁾がどの程度の点数、部数にのぼるのか正確な数字は不明である。出版関係者によれば、出版される書籍全体からみると大きなシェアとはいえないが、買い上げ対象に選ばれた場合にはそれによって十分にコストが回収できるため、個々の出版社にとつての経済的な影響は小さくない。その一方で官僚と出版社の間の人脈などが選定プロセスに影響するため、選定基準には不透明な部分があるとの批判も聞かれる。

またかつてはイスラム文化・指導省が書籍を印刷するための用紙に対する補助を出していた時期があった。この制度は、イスラム文化・指導省が出版許可を与えると、当該書籍の印刷で用いられた旨申告されているのと同量の印刷用紙を、同省が出版社に対して市価よりも安い価格で提供するというものである。出版許可を与えられたすべての書籍に対してこの制度が適用されていた。当時の聞き取り調査によれば、発行部数が自己申告制であるため水増し申告が横行し、安価に獲得した印刷用紙を横流しして不当な利益を得る出版社があとを絶たなかった。しかし現在ではこの制度は事実上撤廃され、

出版許可を得た各出版社が独自に紙を調達している。このため本作りのコストが上がり、一冊の単価が上昇したという指摘もある。

●書籍の出版と流通の主体

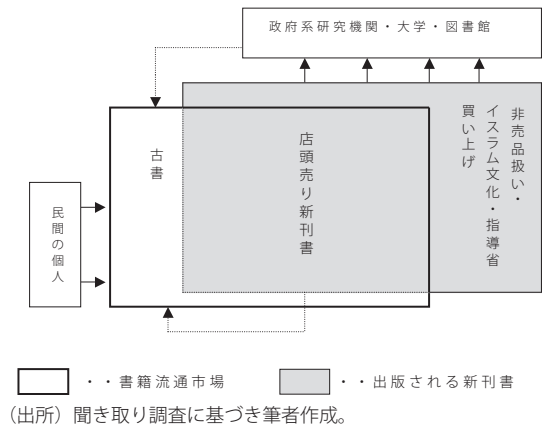
実際にイランで本を作り、流通させている事業者に目を向けてみよう。出版社・書店組合 (Ettchadye-ye Nasheran va Ketab-forushan) によれば、現在の登録組合員数は一二〇〇社であるが、書店関係者への聞き取りではテヘランだけでも二〇〇〇社あまりの出版社が操業しているとのことである。正確な実態はつまびらかでない⁸⁾。業者組合とは行政が設立を義務付ける専門分野ごとの業者団体で、営業許可申請などの窓口となる。しかし一般に事業者の流動性が高いイランにあって、上記の出版社・書店組合にも加盟しない出版社も少なくない。

ほとんどの出版社は大都市に集中し、かつイランにおける出版事業の中心は首都テヘランである。定期刊行物の出版地としては、テヘランがその他の地方全体のおよそ二倍 (点数) にのぼり (参考文献②、七一九ページ)、一般書籍に至ってはテヘランが点数で三倍

近く、発行部数でも二・四倍に達する (参考文献②、七二五ページ)。上記の組合員のなかでは出版社数に比して書店数が圧倒的に少なく、この状況は後者が前者の五、六割とされていた二〇〇三年時点と同様であった (参考文献①、八六～八七ページ)。ちなみに日本の場合、二〇一四年時点の出版社数は三五二二社、書店数は一万三九四三店となっており (参考文献③、四一〇～四一一ページ)、近年減少傾向にあるとはいえ我が国の方が末端消費者への流通網が相対的に整備されているといえそうである。

出版社と小売書店の間の取引には通常「パフシユ」(pafshu) と呼ばれる卸売業者が介在する (日本取次とは機能が異なるため本稿では現地呼称を用いる)。パフシユは上記の組合とは別にパフシユだけの業者組合を持つ。イランのパフシユは日本の取次とは異なりきわめて零細な企業群であり、それぞれが専門の分野の書籍卸販売に従事している。したがってこれまでパフシユの寡占状態が出現したこともない。聞き取りを行った書店のひとつは、専門領域の異なる三〇社ほどのパフシユと恒常

図1 書籍流通市場の構成



る市場とに分類されるが、両者の峻別もまた必ずしも明確でない。古書店街のガレージセールなどで、稀覯本が二束三文の価格で売られていることもある。古書として流通する書籍は、通常は民間の個人から放出されたものを書店が買い取って市場へ出すが、この他にも、新刊書市場で売れ残った書籍、イスラム文化・指導省が買い上げた書籍、非売品扱いの書籍の一部などが古書市場に流通する例があるといわれている。

●書籍の流通経路

的な取引があった。出版・卸売・小売がそれぞれきわめて限られた規模の営業を行っている一方で、例外的にこれらすべての業務を行う企業もある。

ちなみにイランでは古書と新刊書の扱いは法的に峻別されていない。古書の専門店はあるものの、一般に書店は両方を扱うことも少なくない。日本の場合には、古書を扱うためには古物商の認可を受ける必要があるため、新刊書店と古書店の棲み分けは明確だが、イランではそうした許認可制度はない。またイランの古書市場は、機能的にはいわゆる稀覯本を扱う市場と、一般古書の廉売を目的とす

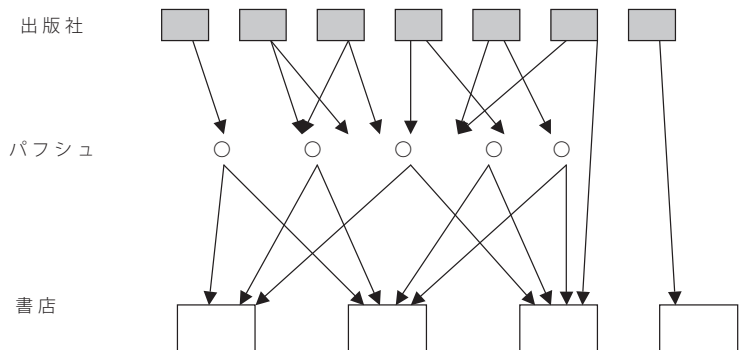
さて今日のイランにおける具体的な書籍流通の様態は図1のとおりである。出版される新刊書全体は、書籍流通市場とは部分的に重なっている。新刊書のなかには、上述したようなイスラム文化・指導省による買い上げ部分が含まれているほか、個人の自費出版など当初から市場の流通網にはのせない非売品扱いの出版物が少なからず含まれている。非売品扱いの書籍のなかには、このほかに主として政府系の研究機関や官公庁などが、関係各機関への無償配布を目的に発行する書籍の類が含まれるが、イスラム文化・指導省の許認

可対象ではないため先に掲げた『全国統計年鑑一三九三』の統計には計上されていない。イスラム文化・指導省の買い上げ部分と同様に、こうした非売品扱いの書籍が発行点数・部数の点でどの程度のシェアを占めているかについての情報を、残念ながら筆者は現在入手していない。同様にイラン全体における操業中の出版者（官公庁を含む）のうち商業出版社がどの程度のシェアを占めるのかも不明である。出版関係者のなかには、そのシェアが非常に大きいと推察する者もあれば、その逆の見解を示す者もあり、非商業出版社系の出版物が統計に計上されないことがその出版規模の推定を難しくしている。

新刊書の一般的な流通経路は図2のとおりである。前述したようにイランでは出版社数に比して書店数が少なく、流通経路の川上の方がより細分化したかたちになっているものと推察される（ちなみに日本の出版社・書店比率はおよそ一対四である）。

前述のとおり出版社と書店の間にはパフシユが介在するが、一般にパフシユの経営は不安定で、新規参入や退出が頻繁であるとさ

図2 一般的な新刊書の流通経路



（出所）参考文献①、89ページ。

れる。パフシユが出版社から請け負った書籍を取り次ぎ販売する際、書籍の見本をもって書店を回り注文を取る従業員がヴィジトール（visitor）と呼ばれる。書店街として知られるテヘランのエンゲラープ通りでは、重そうな本の束を下げて歩くヴィジトールを頻繁に目にする事ができる。

このようにイランには、たんなる集荷・在庫管理・卸売のみならず販売促進や消費者ニーズの把握



エンゲラープ通りの本屋にて（筆者撮影）

といったきわめて重要な機能を担ってきた日本の取次のような市場支配力のある卸売業者は存在しない。従来の日本の書籍流通システムでは、取次が主導権をもつて中小零細出版社が刊行した書籍を全国津々浦々の書店へと配本してきただけだが、イランの場合その作業はむしろ個々の書店主によって担われているのである。

聞き取り調査によれば、イランでは書店もそれぞれ得意とする専門領域を持つことが普通で、それに合致する配本の可能なパフシユと恒常的に取引をしている⁹⁾。筆者の経験からもテヘランの書店街でそれぞれの書店が扱う書籍には

特定の分野があることが明らかで、法律、文学、歴史、自然科学といったおおまかな棲み分けが見取れる。したがってどの本を仕入れるかは基本的に経験を積んだ書店主自身が決定するが、専門化が進んでいることによりそれぞれの書店は特定の顧客層を対象としたコアな需要を見込むことができるという利点がある。ただし教科書や参考書などについてはパフシユのオファーを受け入れる場合もあるという。

このように、イランにおいても書籍は原則として出版社からパフシユと書店の手を経て読者に届けられているが、例外的に出版事業

も手がける書店が出版社と直接連絡を取ることがある。この場合は自社商品と交換するかたちで決済が行われることが多い。

●販売契約の特徴

イランの出版社・パフシユ・書店の販売契約の形態に注目してみたい。出版社とパフシユ、書店との間に取り交わされる契約には、大きく分けて、委託販売と買い取り販売のふたつの形態がある。このいずれの形態が適用されるかは、本の種別によって決定されることが多い。通常、委託販売されるのは一般書や小説などであり、買い取り販売されるのは専門書や大学の指定教科書、評価の確立した良書などである。委託販売の場合、売れ残りの書籍は返本が可能である。これらは事例により一カ月から一年くらいの間書店に置かれたのち（書店が買い取ることもあるが）出版社に返される。返本書籍は出版社もしくはパフシユが回収することになっている。買い取り販売の場合はもちろん返本は認められない。売れ残りとは判断されたものは再生紙加工用に売却される。委託販売と買い取り販売のいずれの場合にもパフシユが介在する。

経路上の一般的な利益配分を見ると、書籍一冊の価格のうち、一〇%前後をパフシユ、三〇%前後を書店が取り、残りの部分が出版社に渡る。ちなみにこの比率は二〇〇三年時点よりも出版社に厳しい内容になってきているが、個別の業者によって一定程度の幅がある数字と考えられ、一概に条件が悪化したとは判断できない¹⁰⁾。委託販売の場合、書籍が売れると月末締め翌月支払いで現金もしくは一、二カ月の約束手形で決済するのが一般的といわれる。一方買い取り販売の場合には、やはり約束手形を用いた決済（パフシユは出版社に対して八、九カ月の約束手形を切り、書店はパフシユに対して五、六カ月の約束手形を切ることが多い）が行われる（参考文献①、九〇ページ）。

これまで述べてきたとおり、イランの書籍流通市場では主力となるアクターである出版社・パフシユ・書店がいずれもきわめて零細な規模で営業しており、市場支配力をもつ寡占企業は存在しない。一方でこの零細な企業群が日本の出版業界に肩を並べるほどの点数を刊行して市場規模を拡大しつつあることの背景の一つとして、イ

ランにおける書籍の「再販価格」の柔軟性を指摘することができる。

●イランの書籍価格

現在イランの書店で店頭に並んでいる新刊書はすべて、書籍本体に価格が明示されている。これはイスラム文化・指導省によって価格の明示が出版社に義務づけられているためであり、書籍の再販制実施に冷淡な日本の行政とは対照的である。これは出版社が小売価格を指示している「再販価格」であるといえるが、契約内容が異なるものであるかによってこの再販価格に対する拘束力は異なっていることに注意したい。

委託販売の場合、価格はいわゆる確定再販価格で、出版社が指定した価格を書店が遵守しなければならぬ。ただし確定再販価格を書店がどの程度まで遵守しているかを、出版社がモニタリングすることは難しく、また書店がそれと異なる価格で販売した場合のペナルティなども課されない。実際には、他の何点かの書籍と一括購入する客に対して、しばしば割引販売がなされる場合があることなどを勘案すれば、書店は利潤配分率を鑑みて適正な純益の得られる範

囲内で価格を操作するものと推測できる。

一方買取り販売の場合、価格設定は原則的に書店にまかされている。もともと、契約上の拘束力がないとはいえ、書籍に印刷された価格によって販売されることが多い。店頭にある書籍のほとんどが出版社からの買取りだという一書店主の談によれば、新刊本については一般に本の裏表紙に明記された再販価格が遵守されるのが業界の慣行であり、「まともな本屋であれば高く売ろうなどとはしない」という。

ここで注目すべきは、じつはイランで再販価格が設定されているのは「廉売」を防ぐ目的ではなく、むしろ本が不当な高値で市場に出回らないようにするためだという点である。書籍本体に価格が印刷されていて高値販売には消費者の抵抗が期待でき、イスラム文化・指導省が価格の明記を義務づけている趣旨もこちらにある。新刊書として店頭に並んでいる書籍のなかには、本体に価格表示のないものや、価格表示があっても上から価格が書き換えられているものも散見される。前者は価格明示が義務づけられるイラン革命以前に発

行されたもの、後者は出版から長い期間を経て、当初指定された再販価格がすでに経済の実勢にそぐわなくなったものを、訂正して販売しているのとみることができるといえる。

以上のように、委託販売と買取り販売のいずれの方式を採用するかによって再販制の実施様態に差異が生じるため、書店主の裁量の幅が広い。イランで実施されている書籍再販制は、日本の書籍再販制よりも個別的に、かつ選択的に運用されていることが窺えよう。書籍再販制の是非が議論されている国々では、競争法的視点からこれが価格カルテルに該当し自由競争を阻害するものだという主張がまま見られるが、イランの再販制で廉売が問題にならない背景として、読者が比較的限られた社会階層に属し、知的・文化的商品としての書籍の価格弾力性がいまだきわめて小さいという市場の特性を指摘できるかもしれない。

●書店主導の書籍販売ビジネス

冒頭で紹介した日本の出版業界における議論では、返本を前提とした書籍の委託販売によって再販制が維持されてきたという事実が

強調されている。実際、このシステムによって弱小出版社の商品も店頭で並ぶ機会を得、かつ零細な書店も買取りのためのリスクを強いられることがなかった。また書籍の再販価格が決められていることによって出版社と書店双方とも価格競争による消耗を回避できた。書籍市場が相対的に大きく読者層が成熟している日本では、このシステムが出版事業の安定的な発展に一定の効果をもたらしてきたことは確かであろう。

翻って、イランの書籍流通市場の様態は日本の我々にどのような示唆を与えるであろうか。

上述のようにイランには日本のような強力な取次は存在せず、したがって仕入れや在庫管理は書店の責任とイニシアティブによって行われている。流通する書籍の少なくない部分は買取り販売であるが、前述のとおり日本とは違って書店の専門化が進んでいるため不良在庫を抱えるリスクはかなり小さいといえる。また書店主の自己裁量による柔軟性が認められるとはいえ、再販制そのものはおおむね維持されていることも興味深い。

以上を要約するに、書籍という

特殊な商品の販売においては普遍的にみられる契約形態である返本を前提とした委託販売や再販制は、

日本の出版業界のみならずイランにおいても実施されている。一方で、イランと日本の書籍流通構造に大きな違いがあるとすればそれは「書籍販売ビジネスの主導権」を誰が握っているかという点にある。日本は巨大な取次の采配によって在庫のリスクが軽減された代わりに書店の独自性や専門性は希薄化し、日本中どこへ行っても似たような品揃えの書店ばかりになった。日本型の取次がないイランではパフシユ・書店ともに専門性を確立し、より小さいが確実な市場の囲い込みに成功しているために、みずから在庫リスクを抑える結果となっている。

市場規模の縮小にともない日本型のシステムが次第に機能不全に陥る可能性が取り沙汰される昨今、いまだ書籍が十全に「大衆商品化」していない諸外国(イランを含む)における「多品種少量」生産を支えるビジネス・モデルにも出版事業生き残りのためのヒントが隠されているように思われる。

(いわずもや ようこ) / アジア経済

研究所 中東研究グループ)

《注》

(1) 書籍の再販制をめぐる経済理論上の議論や歴史的背景については参考文献①を参照されたい。
 (2) 形式的にはいわゆる「定価」に似ているが、小売店の店頭で商品の価格が値札や価格ラベルなどによって明示されている場合でも、それが生産者によって決定・指示された価格でないものは再販価格ではない。

(3) 日本では一時期、独占禁止法にもとづく「公正な競争」の観点から書籍再販制を廃止すべきではないかという議論がさかんに行われていた。しかし「書籍の文化財としての価値を保護し、不当な廉売競争から出版社・書店を守るべきである」、「中小・零細の出版社・書店が大部分を占める日本の書籍市場においては再販制度による寡占価格の形成といった懸念はない」あるいはまた「撤廃した場合に(書店が短期的には売れ行きの見込みない書籍の店頭展示を嫌がるために)最寄り書店で十分な品揃えが期待できなくなるため消費者にとって不利益である」とい

った再販制廃止に反対する声も根強く、結局日本の書籍再販制は継続してきた。

(4) 六歳以上人口を対象とする(参考文献②、六二七ページ)。
 (5) 日本の場合、書籍よりも雑誌の出版規模がはるかに大きく、二七億部余りの雑誌が一年間に出版されている。イランの雑誌出版に関しては現在データを入手していない。
 (6) 二〇一四／一五年時点で、イスラム文化・指導省管轄の公共図書館は全国三一州に三二〇一カ所設置されている(参考文献②、七二一ページ)。

(7) 書籍の選定に際しては、一定期間ごとに対象となる書籍の種別に応じてイスラム文化・指導省内に選定委員会が設けられ、五人の担当官が作業にあたる。通常、委員会は一人名ないし二人の省外の学識経験者と、三人ないし四人の省内の官僚によって構成されているとされる(参考文献①、八七ページ)。
 (8) 二〇一六年一〇月一日聞き取りによる。
 (9) テヘランのみならず地方の書店も出版事業の中心であるテヘランで営業するパフシユに連絡を

取り、仕入れを行うほか新刊情報も入手する。もちろん当該の地方で刷られる新刊本はこの限りではない。

(10) ちなみに二〇〇三年時点ではパフシユが五〜一〇%、書店が二〇〜二五%を得る契約が主流であった。これは当時の日本の書籍流通における三者の配分率とほぼ同様である(参考文献④、五〇ページ)。

《参考文献》

- ① 岩崎葉子「イランにおける書籍流通に関する一考察——再販制をめぐる議論を中心に——」『現代の中東』第三四号、二〇〇三年)。
- ② Markaze Amāre-Īrān (イラン統計センター), Sāhāme-ye Amāri-ye Keshvar 1393 (『全国統計年鑑一三九三』、1394 (2016))。
- ③ 矢野恒太郎記念会『日本国勢図会二〇一六／一七』公益財団法人矢野恒太郎記念会、二〇一六年。
- ④ 木下修・星野渉・吉田克己『オンライン書店の可能性を探る』日本エディタースクール出版部、二〇〇一年。