

午前0時に大行列でカウントダウン、発売日に60万部突破、深夜の読書会…
異常なほどの村上春樹ブームはいつまで続くのか



『子猫と権力と×××』著者
五百田達成氏が語る
村上春樹ブームと人の弱さ



3月13日にクロスメディア・パブリッシングから発売された『子猫と権力と×××』のテーマは「人の弱さ」。「お店を選ぶときは食べログの星3.0以上にする」「嘘だとわかっていてもおいしい話に耳を傾けてしまう」など「自分の意思とは関係なく心が動かされてしまうこと」を「人の弱さ」と定義し、ブランド、うわさ話、年収、ランキングなどに惑わされてしまう人間心理について述べています。

本の中では、深夜や早朝に書店に走る人も多く、発売日で60万部を突破した連日の村上春樹ブームを予言していたかのように村上春樹に惑わされる心理について書かれています。なぜここまで村上春樹作品はヒットするのでしょうか。著者の五百田さんに解説してもらいました。

「村上春樹は、『自分だけが彼の世界を理解できる』と思わせることが最高にうまい作家である」。これは言い得て妙で、「ああ……たしかにそうだなあ」と思っていました。たとえば村上春樹関連の本を探してみると、文学者がこぞって村上春樹作品の分析をしています。では、なぜ研究するのかというと「なにが書いてあるかわからないから」「すべてが明らかになっていないから」でしょう。というのも、人の心理には「理解したい」「知りたい」という欲求があります。ちょっと不思議なことや納得できないことがあると、「なぜそうなっているのか」が気になって仕方ないのです。村上作品の場合はまさにそれで、ほとんどの人にとっては「なにが書いてあるかよくわからない」。だからみんな気になり、自分なりの理屈を探すのです。
(『子猫と権力と×××』第5章 君は「村上春樹」に弱い より)

—著者・五百田氏が解説する大ヒットを生んだ3つの集団心理—

① 知名度

「村上春樹」という有名な作者が書いた本を前にすると、多くの人にはもうそれだけで「きっとすごい作品に違いない」と思ってしまいます。これは心理学では「光背効果」(ハローエフェクト)といいますが、無名の作家であれば同じ内容でもここまではヒットしないでしょう。(本書では、水戸黄門や孫正義氏の例を挙げて解説)

② 初版50万部(累計60万部)という部数

「これだけ多くの人を読んでもんだから」「みんな読んでもみただし読んでおこうかな」という意識が働き、つい手に取ってしまう。この「みんながやっているんだから」という心理は「同調圧力」と言って、日本人特に強い傾向と言われています。(本書ではいじめの例を挙げてより群れの心理を詳しく解説)

③ 評判・ウワサの効果

発行元が数回に分けて情報を小出しにしていたことで、「バズ効果」と呼ばれる話題作りが行われました。また、前作「1Q84」が好調だったこともあり「今回もハズレがないだろう」「まらば買ってみよう」という意識も、不況下の日本に強く見られる購買傾向です。(本書では「食べログ」や「王様のブランチ」の例を紹介)

■お問い合わせ先

株式会社クロスメディア・パブリッシング
<http://www.cm-publishing.co.jp>

担当：根本輝久 Mail：nemoto@cm-publishing.co.jp
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷4-20-3 東栄神宮外苑ビル
tel：03-5413-3140 fax：03-5413-3141