

外山滋比古『思考の整理学』はいかに受容されたか —自己啓発の教育文化史のために—

松井健人
東洋大学

概要：本稿は、外山滋比古『思考の整理学』の受容過程を、教育文化史の視点から検討したものである。1983年に刊行された本作は、2007年以降に書店ポップや「東大・京大生協1位」という宣伝を機に、爆発的なベストセラーとなり、2025年には累計300万部を突破した。本稿は、テキストを解釈する読者の主体性を重視する外山自身の「読者論」を参照し、『思考の整理学』が受容されていく様相を分析した。その結果、本作が学校教育を批判する内容でありながら、注釈の少なさやアフォリズム的な文体といった特徴もあいまって、入試問題や教科書として既存の受験体制に深く受容されていった実態を明らかにした。

キーワード：外山滋比古、『思考の整理学』、受容史、読者論、自己啓発書

The Reception of Shigehiko Toyama's *The Art of Organizing Thoughts*: Toward an Educational and Cultural History of Self-Help

Kento Matsui
Toyo University

Abstract: This paper examines the reception process of Shigehiko Toyama's *Shikou no Seirigaku* (*The Art of Organizing Thoughts*) from the perspective of educational and cultural history. Originally published in 1983, the work became an explosive bestseller after 2007, triggered by bookstore POP displays and the marketing slogan "No. 1 at Tokyo and Kyoto University Co-ops," eventually surpassing 3 million copies by 2025. Drawing on Toyama's own "theory of the reader," which emphasizes the subjectivity of the reader in interpreting texts, this study analyzes the various ways in which *Shikou no Seirigaku* has been received over time. The findings reveal that although the content criticizes formal school education, the work's specific characteristics—such as a lack of annotations and an aphoristic style—contributed to its deep integration into the existing examination system as a frequent source for entrance exam questions and textbooks.

Keywords: Shigehiko Toyama, *Shikou no Seirigaku* (*The Art of Organizing Thoughts*), reception history, reader theory, self-help books

1. はじめに

近年の教育学・教育社会学研究においては、「自己啓発」が一つの論点・課題として見出されつつある（牧野 2012; 牧野 2023）。その中でも自己啓発書は、自己を統御・制御する技法を読書から見出すという極めて教育的な形態をとるものである。なお、本稿では「自己啓発」を「自分自身の望ましいあり方、あるいは望ましい考え方・行動の仕方・生き方の啓発を主眼とする」ものとして捉える（牧野 2012:36）。

しかしながら自己啓発書は、それらが一般的には学術的な文章ではなく、また著作単体に関しては比較的短期間の流行で終わることも多いため、自己啓発書の執筆の意図や受容の具体的様相を正面から取り上げられることはほとんどなく、論者が設定した「自己啓発書」のカテゴリーに該当する書籍群を総括的に検討するという研究手法がこれまで主に採用されてきた（牧野 2012; 2023, 尾崎 2024）。例外的に小池（2014）が自己啓発書である『7つの習慣』について、日本での受容を研究している。しかしながら、特定の自己啓発書がどのような意図で執筆されたのか、あるいはその自己啓発書の受容がどのような様相であったのか、これらの点について具体的かつ長期的な受容の変化が明らかにされてこなかった。

また、本稿では上記の牧野の記述を自己啓発書の定義として採用する。しかしながら、自己啓発書に関して十全な定義が存在しているわけではない。この点に関しては牧野も「資料と先行研究とを往復してその都度最適解を探っていく」（牧野 2023:153）ことの重要性を指摘している。また、自己啓発書を扱う他の先行研究（蓼沼 2025; 菊地・貝森 2025）においても本稿とほぼ同様の自己啓発書の定義を採用しているため、差し当たり本稿においても自己啓発書の定義としては上記のものを採用する。その上で本稿の新規性について述べれば、それは、『思考の整理学』という自己啓発書の一冊について、史資料をもとにその受容動向を経験的に解明した点に求められる。

本稿は、外山滋比古『思考の整理学』のベストセラー現象を、当時の書評・マスコミ報道・新聞記事・インタビューなどから検討する。1983年に出版された『思考の整理学』（1986年に文庫化）は、ロングセラーとして継続的に販売されていたが、2007年にちくま文庫版『思考の整理学』の書店POPを契機にベストセラーとなった。さらに、「東大・京大」の生協書籍部での年間売り上げ1位の売り文句とともに、『思考の整理学』のベストセラー現象は現在にいたるまで加速していった。2024年には従来の文庫版に東京大学で行った講演録を加えた『新版 思考の整理学』が刊行され（外山 2024）、2025年において『思考の整理学』の販売部数は300万部を突破しており（日本経済新聞 2025年11月8日）、教育文化とも関連の深い自己啓発書として捉えることができる。また、ベストセラーあるいは自己啓発書が教育文化とも深いかかわりをもつことを考えれば（稲垣 2011）、本書の受容を検討することは、教育文化史研究に対しても貢献することができるだろう。

上述の点と関連して、『思考の整理学』は、以下のような特徴を有するために検討の対象とした。まず、著者が研究・学術関係者であり、教育論も論じる人物であるという点。第二に、30年以上のロングセラーを誇り、一時的な流行ではなく長期的に受容がなされているという点。第三に、「東大・京大生協1位」というフレーズに代表されるように大学・学術業界とも親和的に受け入れられ、かつ宣伝された自己啓発書という他に類をみない特徴を有している点があげられる。

本稿では、これまで検討されてこなかった『思考の整理学』の具体的な経緯を解明するとともに、このベストセラー現象を外山滋比古自身はどのように解釈しているのか、外山滋比古の読書論・読者論を検討することで、『思考の整理学』という図書を重層的に解釈・検討する。

『思考の整理学』の流行・ベストセラー現象は、以下の資料として扱う新聞記事の数々に見られるように、比較的著名な事象といってよいが、『思考の整理学』に関する先行研究はほとんどない。この要因としては、端的に『思考の整理学』が学術的内容ではなく随筆的内容から構成されていることや、『思考の整理学』が自己啓発的な側面からの受容がなされたことなど、複数の要因が考えられる。

しかしながら、その内容が学術的ではないものであったにせよ、出版文化ないしは教養や自己啓発といった文化事象に対して『思考の整理学』が有する影響力が大きいものであることは確かである。また本論でも検討するように、『思考の整理学』が「東大・京大生協売り上げ1位」の名のもとに流行したことを考えれば、アカデミズムとその権威を利用した商業出版というある種の共犯関係がうかがえることも確かである。

以下では、まず『思考の整理学』がどのように受容あるいはベストセラーとして展開していったのか、その様相を明らかにする。次に、外山滋比古自身の『思考の整理学』への言及・コメントを検討し、外山自身の読者論と『思考の整理学』とがかわっている点を明らかにする。そして、『思考の整理学』が1983年以降、どのように受容されていったのかをより詳細に検討することによって、外山の読者論を裏付けるかのような形で『思考の整理学』が受容・利用されていったことを明らかにする。

本研究の手法について。本研究は特定のベストセラー著作の長期間の趨勢・受容ならびにその著者が展開した読者論の読解を行うものである。外山滋比古ならびに『思考の整理学』について述べれば、これらを研究の対象とする先行研究は管見の限り存在しない。また、近年の日本の自己啓発書を網羅的に研究した牧野（2012）においても、『思考の整理学』は言及されていない。しかしながら、『思考の整理学』が有した影響力の大きさを鑑みれば、これを焦点化して検討する価値を有するだろう。

また戦後日本のベストセラーを研究する手法に関しては、これまでの研究として戦

後ベストセラーから日本社会の心理構造を考察する見田宗介（見田 1963=2012）、ベストセラーを列举し自身の解釈を展開する辻村明（辻村 1981）、あるいはベストセラーの記録をもとにその趨勢を経年的に考察する澤村修治（澤村 2019）によるものを挙げる事ができる。

しかし、上記の研究群は総じて多くのベストセラー現象を総括してコメントあるいは独自の理論的立場から考察するものであり、特定・単体の自己啓発書のベストセラーについて、その長期間の受容に着目した研究は非常に少ない。これはそもそも長期間にわたって受容され続けた随筆的あるいは自己啓発的な著作が非常に少ないという点が理由として挙げられる。

上記のような状況に対して本研究では、長期間の受容をみた外山滋比古『思考の整理学』を扱い、特定のベストセラー著作を長期間かつ定期的に観測できるメディア媒体として全国紙（朝日・読売・毎日・産経新聞）を採用する。ならびに、『思考の整理学』に言及する記事や著作を考察の対象に用いる。これらを通して、1983年刊行の『思考の整理学』がどのようにベストセラーとなり、かつ受容されていったのか、この点を検討することが可能となると思われる。

2. ベストセラー現象としての『思考の整理学』

本節では、『思考の整理学』（1983年筑摩書房単行本、1986年ちくま文庫）がどのように流行しベストセラーとなっていったのかについて検討する。まず部数の推移としては、各種記録・外山自身の文章・報道記事に基づくと、以下のように整理できる。

1983年 『思考の整理学』単行本刊行（筑摩書房）
1986年 『思考の整理学』文庫本刊行（ちくま文庫）
2006年 岩手県内の書店でのポップ宣伝が話題に
2007年 17万部
2008年夏 51万部（朝日新聞 2009年9月6日）
2009年4月 「東大・京大生協1位」の宣伝が開始
2009年9月 100万部（産経新聞 2009年9月6日）
2010年9月 150万部（産経新聞 2010年9月12日；毎日新聞 2010年9月15日）
2016年2月 200万部（産経新聞 2016年2月25日；毎日新聞 2016年3月6日）

なお『思考の整理学』（文庫版）は、21年間で17万部を売り上げ、2006年に岩手県の書店の「もっと若い時に読んでいれば…」という手書きポップが契機で売れ行きが爆発的に増大した。2008年夏までに累計51万部を記録したことが、ベストセラー化への経緯として特筆される（朝日新聞 2009年9月6日）。

上記の年譜からも判断できるように、『思考の整理学』の第一のブームは2006年の

岩手県の書店でのポップが話題となったことに端を発する。もっとも、この時(2007年)の『思考の整理学』は「内容はややライトなビジネス書。」とも紹介されている(朝日新聞 2007年4月25日)。毎日新聞の「ランキング・ビジネス書」では、1位に輝いた『思考の整理学』について説明を行い、「巧みな販売戦略」として、2006年秋に「もっと若いときに読んでいけばよかった」という手書きポップによって3か月で100冊売り上げ、そこから版元の筑摩書房が販売のてこ入れをしたことが記されている(毎日新聞 2009年10月19日)。ポップが話題となった第一のブーム段階(2006年-2007年)では、1年間で25万部増刷し、計42万部を売り上げた、と報道もなされている(朝日新聞 2008年3月1日)。

例えば、産経新聞は比較的詳細に、『思考の整理学』ブームの発生について以下のように報じている。「英文学者の外山滋比古氏が書いた『思考の整理学』(ちくま文庫)が、昨年10月以降計21週にわたり文庫部門の売り上げ1位を独占した。初版発行は昭和61年。知る人ぞ知るこの学術エッセーに、「もっと若い時に読んでいけば…」と記した帯をつけた途端、世代を問わず人気が沸騰。昨年1月からの1年余りで約30万部を増刷し、累計部数は46万部に達した」(産経新聞 2008年5月15日)。

次に始まるのが、「東大・京大生協1位」をフレーズとした宣伝活動であった。2009年の産経新聞では、以下のように『思考の整理学』ブーム第二弾が報道されている。「ブームが一段落したところで、第2の仕掛けが動き出す。平成20年の各種書籍販売ランキングをもとに、今年4月から「東大・京大で一番読まれた本」という宣伝文を入れた帯を印刷し、販促を開始。両大学のブランド力が奏功し、今も書店のベストセラーランキングをにぎわしている」(産経新聞 2009年8月15日)。

東大・京大を旗印に、『思考の整理学』の売り上げは急加速していく。2009年8月の毎日新聞「今週の本棚・情報: 東大、京大で一番読まれた本」では、担当者の「昨今の自己啓発本に書かれていることが、ここに書きつくされている。いま読んでも新しい本です」との声を紹介している(毎日新聞 2009年8月16日)。

また、外山滋比古が東大駒場キャンパスで講演会を行ったことを報じる2009年の朝日新聞記事では、「国語の教科書や入試問題の頻出作家でもある」として紹介され、『思考の整理学』出版当時は「卒論のテーマが見つけれない学生のためのハウトゥー本として受け止められていた」と報じられると共に、駒場キャンパスでの売り上げが4月の間で90冊あり、一番の売り上げであったことが報じられている。さらに、本の帯に「東大・京大で一番読まれた本」というコピーがつけられて売れ行きが増していることも言及されている(朝日新聞 2009年8月3日)。なお、2016年のインタビューにおいては、京大生協が「毎年春に新入生が買う傾向があり、3-4月で150冊売れた年もあります」とも語っており(週刊ポスト 2016)、おおむね東大・京大の生協書店での4月の売り上げが大きくランキングに影響していたものと考えられる。また、東京大学の毎年の学部一年生の新入生だけで3000人程度を有すること

を考えると、上記のような4月で90冊の売り上げでは、東大生の多くに浸透しているとはみなしがたい。

このような第二のブームの構造自体は、当時から認知されており、2012年の朝日新聞では、2009年4月に「東大・京大で一番読まれた本」のコピーが組まれ、2011年では約50の大学の生協書籍部で文庫ランキング1位になったことが報じられている。学生の声として「みんなが読んでいるのなら教養として読んだ方がいいのかなと思う」と紹介され、「発売された86年から23年で累計56万5千の部数が、オビ変更後4カ月で累計100万部を超えた」と報じられる（朝日新聞2012年6月19日）。上記の朝日新聞記事と同じく、産経新聞もこの二段階のブームを以下のように報じている。

前作『思考の整理学』は発売21年で17万部という売れ行きだったが、書店員らによる“2段階の販促”でここ数年、急激に売り上げを伸ばしミリオンを突破、2月までに68刷142万5400部近い売り上げを記録した。部数増は意外なきっかけだった。盛岡市の書店員が平成18年、「もっと若い時に読んでいれば…」との手書きポップを書き、評判を呼んだ。これを聞きつけた営業担当者が全国展開し、さらに昨年4月からは「東大・京大で一番読まれた本」との宣伝文を入れた帯を使った販促が、効果を増幅させた（産経新聞2010年2月16日東京朝刊 朝刊芸能）

なお、外山滋比古が産経新聞「正論」の執筆メンバーも務めていたためか、産経新聞では他紙よりも比較的詳細にブームの動向が報道されている。一方、出版史としても、2009年のベストセラー化については「東大や京大の生協で売れ始めたことが出版社の広告に用いられ、ミリオンセラー化」としてまとめられており（日外アソシエーツ編集部2010, p. 337）、2006年にポップを仕掛けた書店員自身によっても、東大・京大生協で売れたことの意味の大きさが回顧されている（松本2018, p. 48）。2009年の日本のベストセラーランキングでは4位となり（出版年鑑編集部編2010, p. 409）、このランキングを記した『出版年鑑』においては、「東大や京大の生協で売れはじめ、それを出版社が広告に使った。その広告効果でミリオンセラーになった。（略）東大、京大の学生が読んでいるというイメージで買う読者がいるのである。ベストセラーの他人指向の典型的なものといえよう」と解釈が行われている（出版年鑑編集部編2010, p. 40）。

では、上記の受容・売れ行きを見せた『思考の整理学』はいかなる動機から執筆されたのか。先回りすれば、外山自身が動機について語る中で、『思考の整理学』執筆以前から彼が構築してきた読者論が言及される。次節では、執筆の動機とその中で言及された外山の読者論を検討することによって、『思考の整理学』受容の特質を明らかにしていきたい。

3.読者の変化と書物の受容—外山滋比古の読者論—

そもそもの『思考の整理学』執筆のきっかけについて、外山滋比古はインタビューで次のように語る。「執筆のきっかけは、優秀な学生ほど卒業論文を書く段階になって途方に暮れ、日ごろ、それほど勉強しなかった学生が面白い論文を書いてくるという逆転現象が多かったことだった」。その学生の成績と卒業論文との関係から、「僕の経験から言って、知識と思考力は反比例の関係にある、という仮説にいたったのです」という（毎日新聞 2008 年 3 月 21 日）。

上記の、よく勉強する学生が卒業論文で苦戦あるいは面白くない論文を書き、勉強しなかった学生が面白い・独創的な論文を書いて来るというエピソードは、外山滋比古のインタビューにおいてたびたび登場する（毎日新聞 2010 年 1 月 5 日；朝日新聞 2015 年 1 月 27 日）。別のインタビューで外山滋比古は『思考の整理学』が広く読まれた理由が「全くわからない」と答え、以下のように述べる。「本をベストセラーにするのは読者。時を経て新しい読者の解釈で作品が変化し、古典が成立するという『古典論』を書いたことがある。僕の読者論が僕の本で立証されたようで愉快的なこと。この本はまだ古典とは言えないけどね」（読売新聞 2009 年 10 月 4 日）。

外山滋比古は、学術面においては読者論の開拓者として評価される人物であった（外山滋比古先生追悼録編集委員会 2022）。具体的には、読者論に関する外山の学術的な貢献として、テキストの切れ目を「主体的に補充」する読者の潜在的能力の指摘と、「テキストの異本化」現象の指摘の二つが代表的なものとして示される。この知見は外山のシェイクスピア全集の校訂・編纂過程研究から生み出されたものであった（笹山 1978, p. 150. また、外山滋比古のシェイクスピア研究をまとめたものとして、外山 1977）。

外山が読者論において重視するのは、「読書に当ってはたらく心理的、生理学的機能、読者の個人的特質、読者の属する時代、社会、ときには階級」といった「読者のコンテキスト」であった。外山が示すには「いかなる読者も、孤独でありながら、完全に孤立してはいない。個々の読者の「個」性に干渉する種々の条件を具え、読者を表現の受信者たらしめるすべて、それがここに言うところの「読者のコンテキスト」である」（外山 1961, p. 241）。あるいは「読者の発見」は、このように、発見されないうでいた前「読者」をも発見することになる」（外山 1964, pp. 8-9）とも示されるように、外山滋比古は読者の外部の「コンテキスト」を重視している（外山 1978, pp. 186-191）。「作者に近づいて、その作品の世界にただ没入することだけが、リーディングや理解への努力すべてではないという自覚をもつとき、その読者は近代読者として定立しているのである。作者との訣別とは、そういうことなのである」（外山 1964, p. 21）。このように、「原コンテキストを離脱した読者」こそが「近代読者」として位置づけられるのであった（外山 1964, p. 45）。なお、産経新聞によるインタビューで、読者論を研究した動機について外山は以下のようにも語っている。「ボクは戦時中に英語を学んだ人間だが戦後、みんながこぞって米国に留学したがるのを

かしいんじゃないかと思った。2、3年勉強しても語学力はアメリカ人に近づけない。10年いればモノになるかもしれないが、その間に日本人であることを忘れてしまう。留学せず、欧米人が考えないことをやろうと、本の読み手（読者）を研究した。作品を作るのは作者だが、古典として長く命を保つには読者がいないとダメなんだと『近代読者論』（みすず書房）を書いた」（産経新聞 2016 年 10 月 10 日）。

「およそ古典作品というものは、作者によって可能性を付与されるが、それを具現化するの読者、多数の名もなき読者の力である。この読者の古典化の作用が明確にされていないのは文学研究の恨事である。いかなる作品が古典たり得るか、いかなる作品は古典たりえないか、を作者自身知ることができないからだ」とも記されるように、外山滋比古の読者論においては、原テキストを受容し、解釈する読者の存在に重きが置かれるのであった（外山 1978, p. 14）。なお、外山のいう「異本」は必ずしも物理的な図書やバージョンの違いではなく、「表現は生きてほかの人間に理解されるたびに、かならずすこし違ったものになる。それが異本である」ということを意味している（外山 1978, p. 193）。

ここで、『思考の整理学』の内容がどのように受容されているのかについて、一例をみたい。『思考の整理学』の中でも最も著名な箇所であるグライダー型と飛行機型の区別は以下のように、『思考の整理学』読者に受容される。つまり、「昔の塾や道場」（飛行機型）といった近代学校（グライダー型）以前の学ぶ側の意欲・主体性が想定できる状況での教育を理想視し、そこでの「習うより盗め」というノウハウを評価することにつながる（佐藤 2016）。

とはいえ、この理解は外山の教育論そのものから大きく外れた見解ではない。外山自身、どちらかといえば学校よりも「家庭」を重視している。例えば外山は以下のように見解を記す。「ここ五十年の間に、日本の家庭は大きく変化した。社会も変わった。とくに、教育の普及は目ざましく、かつては六年だった義務教育が九年にのび高校進学が九〇パーセントをこえ、ふたりにひとりが大学へ行くようになった。とくに、女性の高学歴化が進むということが現実になって、家庭という学校は大きな打撃をうけるようになった」（外山 2016, p. 10）。あるいは、「教育は学校でもするけれども、学校だけでするのではない。むしろ、基本は家庭で行なわなくてはならない、それでは、わたくしは年来、家庭は学校であると主張してきた」（外山 1983, p. 3）とも述べるように、外山が想定する教育の基本的機能は「家庭」に求められ、さらに「家庭という学校にも、もちろん、先生がいる。お母さんが主任である。[中略] お父さんは、これに比べると、ずっと影がうすい」（外山 1983, p. 3）や「核家族にはそういうお母さん先生のコーチ[「年寄り」のこと]もいなくなってしまう。（中略）お母さんたちには、よほど腰をすえて、しっかり勉強してもらう必要がある」（外山 1983, p. 4）と記すなど、その家庭の教育機能の役割を専ら母親のみに見出すものであった。

上述のように『思考の整理学』の内容面の受容に関しては著者と読者は大きく乖離しなかったといつてよいが、『思考の整理学』というテキストをどのように活用していくのか。この点に関しては次節で検討するように、著者の手を離れて読者側・受容側が独自の展開を見せるのであった。

4. 主体的に考え、受験する—受験教材としての外山滋比古—

前節末尾で述べたように、『思考の整理学』は著者の手を離れ、受容者側で独自の活用を見出されることになる。これは先に結論を述べれば、各種学校入試をはじめとした受験教材として活用されていくという事象を指摘することができる。

『思考の整理学』自体は、「東大・京大」の宣伝文句が形成される前から、受験教材として一定の地位を占めていた。例えば、産経新聞は1997年の記事で次のように報じている。「市進学院によると、過去八年間の中学入試頻出作家ナンバーワンは外山滋比古氏で、今春も八位。[引用者略]『日本語の素顔』『ことばの四季』『思考の整理学』などの論説・説明文は入試問題の定番。やさしい文章ながら、思考力を試す問題として高校入試でも頻出」といいます(産経新聞1997年7月25日)。

同じく、1997年の受験対策本には、大学受験対策の見地からみた外山滋比古の文章の特徴が記されている。「彼の文章に見られる表現も巧みである。豊富な語彙、微妙な言い回し、巧みな比喩、いずれも問題化するのにもってこいである。当然問われる部分もそういったところが多い」(窪谷1997, p. 2)。出題校として、東洋大学、日本大学、大阪市立大学、駒沢大学、中央大学、立命館大学、関西大学、関西学院大学などが記されている(明治書院第三編集部編, 1997a, p. 92)。また、明治書院第三編集部編(1997b)では「いちばんよくでる 超頻出作家 10」の一人としても紹介されている。受験評論文を分析する受験対策本においても、外山滋比古の文章の特徴として、①文章の一文あたりの短さ(平均38字)、②接続詞の少なさ、③同語反復・換言反復の多用、が指摘されている(沢部1992, pp. 90-92)。

そして、2009年のブーム以来も『思考の整理学』は受験の定番教材として定着し続け、読売新聞が報じるように、中学入試の教材としても活用されるようになっていった。「今も入学シーズンの3月、4月を中心にコンスタントに売れ、生徒に推奨する高校も増えている。中学入試でよく出題されるため、中学受験予備軍の小学生にも読まれているようだ」(読売新聞2014年6月2日)。また、受験教材として利用される際においても、『思考の整理学』は自主的に思考する主体の重要性を示す著作として解釈されていた。「「受け身でなく、自分で考えて行動できる人材を求めている」。大学生の就職関係の取材を担当していた頃、そんな話を大企業の人事担当者からさんざん聞かされた。自分の頭で考え、新しいものを生み出す力を養うヒントが具体的に書かれた本書が、学生の間で人気なもうなずける」(読売新聞2014年6月2日)とも同じ記事では報じられている。

2020 年の新聞報道や外山滋比古追悼記事においても、『思考の整理学』は受験教材として現在でも採用され続けていることが報じられている（毎日新聞 2020 年 4 月 6 日）。また毎日新聞の 2020 年 8 月 7 日の記事では、「『思考の整理学』は「大学生のバイブル」とも呼ばれ、試験問題にも頻用された」と記される（毎日新聞 2020 年 8 月 7 日）。学校教育においても、例えば外山滋比古の文章は、平成 18（2006）年度検定済みの「国語総合」の教科書（新編国語総合 025 東京書籍）に採用される次第となった。当該教科書収録作品の教材研究においても、内容面の重要な箇所として、外山の読者論理解が焦点となるのであった（菅原 2008）。

5. おわりに—結語的考察—

外山滋比古は大学生協の売り上げランキングに関して、以下のような一文をかつて記していた。

男女ともに淋しいのは古典がすくないこと。『岩波講座基礎数学』[外山が生協の年間ベストセラーのトップとして紹介]なら買うのに、どうしてもっと古典を読まないのか。生協リストに上ってくるのは芥川全集だけ。和辻哲郎の『風土』、阿部次郎『三太郎の日記』を加えると戦前に出た本のすべてである。本を書く側、出す側でも、もっと寿命のながい本を出すことを考えないといけない。つくづくそう思う。読者ばかりを責めることはできないだろう。（外山 1982, p. 209）

後年、はからずも生協書籍ランキングを長期間占めることとなる外山滋比古であるが、外山自身の見解によれば、自分の著作の身近な読者は「学歴や知性などにやや負い目があり、もうちょっと自分の人生がどうにかなるはずだと考えているような」人たちであるという（毎日新聞 2010 年 4 月 29 日）。また、本人も『思考の整理学』に記述しているような行動様式を必ずしも実践しているわけではなかった。例えば、読売新聞のインタビュー「私の新聞活用法」では、「[スクラップすべきという方法に関して] ご本人はもう本に書いているようなやり方はしないという」と報じられている。その理由は「スクラップすることで、いつか読めると安心して、忘れてしまうから」というものであった（読売新聞 2010 年 5 月 15 日）。

そのような著者側の意図を離れ、『思考の整理学』（とくに文庫版）は、読者・受容者側によって受験教材として活用され、また「東大・京大」と強く結びついた宣伝文句とともに販売されることによって、既存の受験体制と親和的に受容されていったのであった。外山滋比古『思考の整理学』が受験教材として採用されていった理由としては、第 4 節に見たように外山の文体にその理由の一端を求めることができると思われる。これに関して袖山（1978）は、外山の文体が 2～4 行の短い文章群の段落・パラグラフの連続で構成されているという特徴を指摘し、同時に、外山のアフォリズム的文章を「ほとんど賢者の「語録」を連想させかねない」とも指摘している。そもそも外山滋比古の著作群の特徴として、無注記・無出典性が存在する。つま

り明らかにマイナーな、あるいは注記が必要とされる事項についても、非常に多くあるいはほとんど著作のすべてにおいて、引用・参照・出典情報が記されない。例えば岩波講座においても、外山滋比古は 7 名の講座執筆者のうちで、ただ一人だけ注釈も参考文献も何一つ記していない（外山 1977）。これは、外山滋比古がそもそも著作の活動の場として、学術的雑誌を選ばず、一般誌においておもにその膨大な文章群を発表し、さらにそれらをまとめて著作としていったためであろう。例えば、初期の書籍著作においても、その内容となる文章の発表媒体は、雑誌『みすず』（外山 1978, p. 196）、あるいは雑誌『ももんが』、『中学国語』、『英文学風景』（外山 1964, p. 320）といった一般誌であった。

しかしながら、読者層全域においてこの外山の姿勢が受容されたわけではない。東京大学駒場キャンパスで開かれた外山の講演会において、当の東京大学学生から〔忘却などの話に関して〕「先生の理論には、科学的な実証があるのですか」と質問されているが、外山は「証明できません」、「科学的な実証性をありがたがるのは悪いところもある」と返答するばかりで指摘に対してまともに取り合っていない（朝日新聞 2009 年 8 月 3 日）。なお、『思考の整理学』のちくま文庫版である外山（1986）と、新版のちくま文庫である外山（2024）とを比較すると、この講演録のみが新録されており、上記の質疑応答は収録されていない。東京大学駒場キャンパスで開かれた講演であったことが重要であったと思われる。

本稿の検討の結果、『思考の整理学』が 2006 年時のブームを経て現在に至るまで、どのように受容・活用されていったのか、その様相を明らかにすることができたと考えられる。またそこには外山の読者論をなぞるかのように、著者側の意図と受容・読者側とのズレが存在した。『思考の整理学』自体はその中身・内容面としては「グライダーと飛行機」に代表されるように学校教育に対して批判的であるが、読者側の受容としては、学校教育体系の頂点に位置づけられる「東大・京大」を象徴するものとして受け取られ、また学校の国語教科書に採用され、各種の学校入試の入試問題として活用されていったのであった。

上記のような受容に至る要因としては、『思考の整理学』の以下の 4 つの特徴をさしあたり指摘することができる。①注釈・参照文献などがほとんど使用されず、そのまま入試問題への転載が容易な点、②アフォリズム的文体で一段落、一文章が短い点、③『思考の整理学』をはじめとした外山滋比古の著作が短編・掌編の集合体として構成されており、内容面の連続性が薄く切り取りが容易な点、④「東大・京大生協 1 位」という宣伝文句が用いられた点。

このような特徴とあいまって著者の意図を超えて、読者側が『思考の整理学』の受容を構築していった。少なくとも著者側が当初想定した卒業論文や大学生のためではなく、小中学校の受験教材や学校教育側の教材として、受容されることになった。

「自己啓発」を「自分自身の望ましいあり方、あるいは望ましい考え方・行動の仕

方・生き方の啓発を主眼とする」として捉えた本稿の視点と合わせて考えれば、『思考の整理学』の一連の受容は、望ましい考え方や自己のあり方といったものが、つまるところ単に「東大生・京大生」といった学歴ブランド、あるいは受験への優位性といった行動様態に象徴されるものであったのではないかと考えることもできるだろう。

自分の頭で考えることの重要性を主張する著作『思考の整理学』は、主張内容の科学的根拠のなさや教育観の保守性といった課題は捨象される形で、「東大・京大」を頂点とする日本の受験・入試の定番問題として整理されていたのであった。

付記

本稿は、2023年11月18日に関東学院大学で開催された関東教育学会第35回大会における口頭発表の内容に、加筆・削除・修正を加えたものである。当日の発表に際して有益な質問やコメントを寄せてくださった皆様に、御礼申し上げる。

参考文献

- 朝日新聞 2007年4月25日5面.
朝日新聞 2008年3月1日35面.
朝日新聞 2009年8月3日27面.
朝日新聞 2009年9月6日14面.
朝日新聞 2012年6月19日夕刊2面.
朝日新聞 2015年1月27日15面.
稲垣恭子, 2011, 「アカデミック・コミュニティのゆくえ」, 稲垣恭子編, 『教育文化を学ぶ人のために』, 世界思想社, pp.245-263.
尾崎俊介, 2024, 『アメリカは自己啓発本でできている——ベストセラーからひもとく』, 平凡社.
菊地礼・貝森有祐, 2025, 「自己啓発書における出典を示さない引用について——引用の効果に着目して」, 『文体論研究』, (71), pp. 1-16.
小池靖, 2014, 「スピリチュアリティの倫理とグローバル資本主義の精神?——アメリカ由来の自己啓發言説に注目して」, 『宗教研究』, 88(2), pp. 291-314.
窪谷徹, 1997, 「傾向と対策」, 明治書院第三編集部編『ダブルクリック評論文読解 5——外山滋比古・鈴木孝夫 攻略集』, 明治書院, pp. 2-3.
笹山隆, 1978, 「外山滋比古著『シェイクスピアと近代』」, 『英文学研究』, 55(1), pp. 150-153.
佐藤優, 2016, 「ベストセラーで読む日本の近現代史——第33回」, 『文藝春秋』, 94(9), pp. 390-392.
沢部ひとみ, 1992, 『評論なんかこわくない』, 飛鳥新社.
澤村修治, 2019, 『ベストセラー全史 【現代篇】』, 筑摩書房.
産経新聞 1997年7月25日 東京夕刊 塾1面.
産経新聞 2008年5月15日 東京朝刊 生活.
産経新聞 2009年9月6日 東京朝刊 朝刊文化.
産経新聞 2009年8月15日 東京朝刊 読書1「話題の本」.
産経新聞 2010年2月16日 東京朝刊 朝刊芸能.
産経新聞 2010年9月12日 東京朝刊 オピニオン.

産経新聞 2016 年 2 月 25 日 大阪朝刊 第 3 社会.

産経新聞 2016 年 10 月 10 日 東京朝刊 25 面.

『週刊ポスト』, 2016, 『思考の整理学』はなぜ売れ続けるのか?, 2016 年 12 月 2 日号, pp. 120-123.

出版年鑑編集部編, 2010, 『出版年鑑——平成 22 年版 2010 ①資料・名簿』, 出版ニュース社.

菅原敬三, 2008, 「教材研究と教材の扱い方 (17): 「ガリヴァーとアリス」外山滋比古」, 『文教國文學』, (52), pp. 1-10.

袖山栄真, 1978, 「外山滋比古著『文学の方法』」, 『日本文学研究』, 55(1), pp. 172-177.

蓼沼阿由子, 2025, 「マーケティング思考の自己啓発言説への転用——2000 年代のサラリーマン向け書籍・雑誌の分析」, 『東京大学大学院情報学環紀要. 情報学研究』, (109), pp. 17-31.

辻村明, 1981, 『戦後日本の大衆心理——新聞・世論・ベストセラー』, 東京大学出版会.

外山滋比古, 1961, 『修辞的残像』, 垂水書房.

外山滋比古, 1964, 『近代読者論』, 垂水書房.

外山滋比古, 1977, 『シェイクスピアと近代』, 研究社.

外山滋比古, 1977, 「日本人の読書」, 『岩波講座日本語 2 言語生活』, 岩波書店, pp. 177-202.

外山滋比古, 1978, 『異本論』, みすず書房.

外山滋比古, 1982, 『男の神話学』, 中央公論新社.

外山滋比古, 1983, 『家庭という学校の先生』, 三修社.

外山滋比古, 1986, 『思考の整理学』, 筑摩書房.

外山滋比古, 2016, 『家庭という学校』, 筑摩書房.

外山滋比古, 2024, 『新版 思考の整理学』, 筑摩書房.

外山滋比古先生追悼録編集委員会, 2022, 『追悼外山滋比古先生』, 外山滋比古先生追悼録刊行会.

日外アソシエーツ編集部, 2010, 『日本出版文化史事典——トピックス 1868-2010』, 日外アソシエーツ.

日本経済新聞 2025 年 11 月 8 日 32 面.

毎日新聞 2008 年 3 月 21 日夕刊 2 面.

毎日新聞 2009 年 8 月 16 日 8 面.

毎日新聞 2009 年 10 月 19 日 7 面.

毎日新聞 2010 年 1 月 5 日夕刊 3 面.

毎日新聞 2010 年 4 月 29 日 23 面.

毎日新聞 2010 年 9 月 15 日 13 面.

毎日新聞 2016 年 3 月 6 日 10 面.

毎日新聞 2020 年 4 月 6 日 13 面.

毎日新聞 2020 年 8 月 7 日 22 面.

牧野智和, 2012, 『自己啓発の時代——「自己」の文化社会学的探究』, 勁草書房.

牧野智和, 2023, 「二〇一〇年代自己啓発書ベストセラーにみる「心の習慣」」, 北田暁大編, 『岩波講座社会学——第 12 巻 文化・メディア』, 岩波書店, pp. 135-156.

松本大介, 2018, 『本屋という「物語」を終わらせるわけにはいかない』, 筑摩書房.

明治書院第三編集部編, 1997a, 『ダブルクリック評論文読解 5——外山滋比古・鈴木孝夫 攻略集』, 明治書院.

明治書院第三編集部編, 1997b, 『入試評論文読解の頻出作家 100』, 明治書院.

見田宗介, 1963=2012, 「ベストセラーの戦後日本史 (1963 年)」, 『定本 見田宗介著作集V』, 岩波書店, pp. 74-94.

読売新聞 2009 年 10 月 4 日 2 面.

読売新聞 2010 年 5 月 15 日 19 面.

読売新聞 2014 年 6 月 2 日夕刊 8 面.