

屋顶上的小丑

Soji
Shimada

屋上の
道化たち

島田庄司

島田
庄司

屋顶上的小丑

(日) 岛田庄司 著

吕灵芝 译

新星出版社 NEW STAR PRESS

OKUJOU NO DOUKETACHI

© Shimada Soji 2016

All rights reserved.

Original Japanese edition published by KODANSHA LTD.

Publication rights for Simplified Chinese character edition arranged with KODANSHA LTD. through KODANSHA BEIJING CULTURE LTD. Beijing CHINA

Simplified Chinese edition copyright: 2019 New Star Press Co., Ltd.

All rights reserved.

本书由讲谈社正式授权，版权所有，未经书面同意，不得以任何方式作全面或局部翻印、仿制或转载。

著作版权合同登记号：01-2019-2478

图书在版编目（CIP）数据

屋顶上的小丑 / (日) 岛田庄司著；吕灵芝译. — 北京：新星出版社，2019.7

ISBN 978-7-5133-3481-5

I. ①屋… II. ①岛… ②吕… III. ①长篇小说-日本-现代 IV. ①I313.45

中国版本图书馆CIP数据核字（2019）第030676号



屋顶上的小丑

(日) 岛田庄司 著；吕灵芝 译

责任编辑：王 萌

责任校对：刘 义

责任印制：李珊珊

装帧设计：Caramel

出版发行：新星出版社

出 版 人：马汝军

社 址：北京市西城区车公庄大街丙3号楼 100044

网 址：www.newstarpress.com

电 话：010-88310888

传 真：010-65270449

法律顾问：北京市岳成律师事务所

读者服务：010-88310811 service@newstarpress.com

邮购地址：北京市西城区车公庄大街丙3号楼 100044

印 刷：三河市文通印刷包装有限公司

开 本：910mm×1230mm 1/32

印 张：11.25

字 数：152千字

版 次：2019年7月第一版 2019年7月第一次印刷

书 号：ISBN 978-7-5133-3481-5

定 价：48.00元

版权专有，侵权必究；如有质量问题，请与印刷厂联系调换。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目 录

1	苦行者
14	屋顶的诅咒
101	圣诞老人
112	屋顶的诅咒
124	苦行者
134	屋顶的诅咒
147	苦行者
158	圣诞老人
173	外星人
215	马车道
318	屋顶的诅咒
328	苦行者
331	马车道

苦行者

1

四楼的窗外，细雨像白烟般在空气中飘落。时间才刚到下午，T见市上空却一片阴暗，罩在随风摇荡的雾一般模糊的细雨中。

雨雾的另一面，隐约可见如今已成古董的T见市名胜——噗力高奶糖的大广告牌。田边信一郎透过雨幕，凝视着死命攀附在旧楼外墙上的时代遗物。处处剥落的红白油漆宛如鱼鳞般支离破碎，正逐渐随风散落。油漆被风带走后，广告牌上就会多出一块布满红铁锈的光秃底板，让所有看到它的人心中一沉。因为这块既老又旧的东西，至今仍像幽灵一般，孤零零地站在城市的中心。

这种可动式的广告牌早就不再流行，已经从市面上绝迹了。广告这种东西，只要有商品名的标识就足够了。可是这玩意儿上面却一个字都没有，只有一个奔跑的青年。放到现在完全就是一个庞大而让人疑惑不解的玩具。

不仅外表和机关无比夸张，制作广告牌的人还在这张画里融入了人生的大道理。不断奔跑的国民啊，你们每一个人的专注努力都在支撑国家崛起——虽说无甚自觉，他也是在这种教诲的陪伴下成长起来的。因为轻信了这种教诲，他的上司被杀，连他自

己都差点儿死了。想到以前竟然存在过所有人都狂热信奉这些煽动之词的悲剧时代，实在让他难以置信。

不过，今天是他最后一次凝视那块恼人的古董。因为他要离开这里了。原本是因为喜欢那块广告牌才搬了进来，可是在这里生活了两年，他渐渐开始憎恨那块广告牌，甚至觉得那块破旧的玩意儿好像在时刻诅咒着自己。从少年时代直至今日，他的成长背景中从未缺失过这块广告牌。

他在大学经济史讲义上学到了中国一块叫“望子”的广告牌的历史。那块已经矗立了四十年以上的大广告，恐怕也被卷入了那道洪流。在商都大阪经常能看到会动的巨大螃蟹和辣椒、金平糖的大型广告。它们所蕴含的那种感觉，如今已经彻底被掩埋，因此必定都成了一堆除了历史价值外再无任何用处的古董。

信一郎从小就特别喜欢嘍力高奶糖，每天吃个不停，都快把牙科诊所当成第二个家了。那是因为这种奶糖一定会有小礼物。他之所以不停地吃，就是为了得到那些东西。

装奶糖的盒子上还附带着一个装有小玩具的盒子，打开盒子就能找到跟小指头尖尖差不多大的玩具。卡车、出租车、火车、游艇、垒球棒、优胜奖杯、收银机和乐器，还有咖啡杯、望远镜、照相机这类东西。过去的女孩子们都用那些来玩家家酒。

虽然只是一些傻乎乎的小零碎，对小孩子来说却是至宝，他太喜欢收集那些东西，只要买零食就一定会买嘍力高奶糖。他还会把收集到的小玩具放在母亲给的化妆盒里，将其当成宝贝藏在家中，甚至还画了藏宝图。可是当时班上会做那种事的，只剩下一信一郎一个人了。

细想一番，其实这个生产嘍力高奶糖的公司正是随着社会变迁而一同兴亡的见证。别人可能不这么想，但在这种零食的伴随

下长大的孩子却深有感触。那种印象至今都没有变过。

过去，日本一名化学家发现了能够让饭菜味道更鲜美的化学物质，还成立了一家化学调味品公司，在同一时期，一种不记得名字的营养素实现化学合成，添加了那种物质的奶糖开始销售。好吃又营养的噗力高奶糖在各种媒体上不厌其烦地宣传那句口号。虽然时代早已不同，信一郎却还是知道这些的。

就这样，随着科学的进步，国民的饮食生活越来越丰富，品类也一点一点地充实起来，那就是曾经真实存在于日本的时代。而那种零食，就是诞生在那个时代的，所谓“国民的营养点心”。

那些面向孩子的漫画杂志上，总能看到一颗奶糖可以提供让孩子奔跑四百米的热量这种宣传。然后，“一颗四百米”就成了这种奶糖的广告语。

毕竟那是饮食生活十分贫乏的时代，那种说法并没有任何依据，说白了就是单纯的造势，到信一郎的时代，早已没有孩子相信那样的广告词。可是信一郎却对其深信不疑，真的吃一颗糖跑一回，甚至感觉那与不吃奶糖时完全不一样。

这种奶糖还把“一颗四百米”做成了绘画印刷在包装盒上。画上描绘着身穿白色跑步服的青年向前飞奔冲过终点线的瞬间，那与仁丹的商标和可尔必思的黑人画一道，成了昭和日本的时代象征。挂在T见市百货大楼中段的这块巨大广告牌，就是将奶糖商品名去掉后直接放大而成的。

可是T见市的广告牌与曾经风靡整个日本的普通噗力高奶糖广告牌不同，因为那座陈旧的大楼，正是噗力高奶糖值得纪念的原点之地。

二战结束后不久，创业者大日向卓三从一间小小的零食店白手起家，在一座小房子里默默制作着噗力高奶糖，而附赠小玩具

的创意让他的商品广受好评，他很快就买下了周围的土地建起一座大型楼房，并将一楼布置成了零售店铺。这里如今已是车站前人群熙攘的闹市区，而在当时还只是一片又一片的空地，只有小孩子会来这里打棒球。

噗力高奶糖瞬间席卷日本，噗力高公司马上就成了具备全国规模的点心制造商。于是大日向社长亲自发出指示，装在T见市总店大楼上的广告牌必须是史无前例的，让全日本的孩子惊喜异常的，具有划时代意义的巨作。

田边信一郎对噗力高的狂热正中为大日向社长的下怀。信一郎从小就很喜欢这块大招牌，他是在附近的川崎市长大的，每到日落时分就会专门乘上电车来看它。大家打完棒球，玩腻了侦探游戏，都转身回家的时候，唯有信一郎会走向车站。因为当时噗力高的热潮已经退去，早就没有孩子会像他那样了。

这块广告牌有个机关，日落点灯之时，那个奔跑青年的表情会发生变化。那个冲过终点的青年脸上会变出普通的表情、痛苦的表情和笑容。因为变脸这一创意在过去史无前例，让当时的孩子们很是狂热了一番。

这个机关的创意来自热衷收藏江户玩具的创业者大日向卓三本人。田边信一郎至今都忘不了为大日向那个创意而兴奋不已的孩童时代。如今这个广告牌已经又破又旧，表情变换的装置永远停止了运行，霓虹灯再也不会点亮，这让他更加怀念起无忧无虑的童年。相比之下，自己现在的生活却显得如此淡漠而悲凉。

如果动用现代技术，完全可以将脸部做成屏幕播放视频，可是过去却只能用齿轮机关来完成广告面部表情的变化。这种齿轮机关本身在如今的视角看来是十分讨喜的。

青年的脸上开了一个方形的洞，那三种表情每隔一段时间就会变换一次，刚开始是普通表情，仿佛正在中距离赛跑途中的痛苦表情排在第二位，最后是冲过终点的灿烂笑容。一换到那个表情，青年胸口那条断开的终点线也会点亮白色的霓虹灯光。

三种表情被描绘在旋转式玻璃鼓上，筒状的玻璃鼓中间部分被放入了光源，所以每到太阳西斜，霓虹灯点亮的时刻，这里面的灯也会亮起来，照出奔跑者的脸。因此，无论从楼下的路旁还是遥远的大楼，都能清楚看到青年明亮的面庞。

玻璃鼓在马达的带动下不断旋转，因此只要广告牌被通上电，普通表情、痛苦表情和笑脸就会一直像走马灯一样变换。在魄力高热潮最盛之时，那块广告牌只要一变脸，底下围观的孩子们就会齐声欢呼。

这块广告牌刚竖立起来时，还处在连东京和横滨都没什么娱乐的时代，这也使它立刻受到了广泛好评，俨然成了神奈川的标志。甚至有人将其捧为应用了最新科学技术的街角艺术品，伴随着“战争”已经过去的声音，一跃成为全国热议的话题。它出现在各地的新闻画面中，出现在各种周刊和漫画杂志的内页里，还有人专程从东京赶过来参观。附近的小学生们甚至在教师的带领下集体前来观看。据说那是因为广告牌的动作包含了很好的教育意义。

广告牌大热时，日落前就会有一大群孩子早早等在楼下的路旁。甚至在热潮退去的信一郎时代，到广告牌楼下去偶尔也能见到一两个同好。每逢那种时候，戴着手表的人便是全场人气之星，当时还是小学生的信一郎因为父亲一时兴起，得到了他的一块旧手表，所以也体验了几把当明星的乐趣。这个时代的回忆之所以如此甜美，可能就因为这个吧。

一时间，广告牌成了这座除了肃杀的工厂烟囱以外别无看点的近郊小镇的观光名胜，噗力高的大日向俨然成了小镇的大恩人。喜爱孩子的他仿佛成了孩子们的神，频频在漫画杂志的人生解惑栏目中登场，讲述让孩子们拥有梦想的重要性，以及孝顺父母的必要性。噗力高奶糖的营业额不知终点地一路飙升，人们纷纷认定那块广告牌就是大日向社长的人生观，蕴含了各种深邃的人生真谛。而从广告牌上抹去商品名，则体现了社长的崇高意志。

随着企业规模扩大，T见市总店大楼内的工厂逐渐显得过于狭小，于是噗力高便在大阪郊外买了一大片土地建设大规模加工厂，噗力高公司就这样离开了关东。T见市的这座总部大楼沦为普通销售点，可是这样一来，又让大楼显得过于巨大了。

时间慢慢推移，时代也在慢慢变化，奶糖开始从孩子们憧憬的宝座上滑落下来。附带小玩具的噗力高奶糖不再能满足这个渐渐富饶起来的国家的孩子们，开始被打上穷酸土气的标签。噗力高的主力商品也早已转向高级点心和食材，它发祥地的这座大楼被出售，变成了当地的百货大楼。

然而，安装在大楼一角的那块“一颗四百米”的著名大广告牌却没有拿下来，一直不断工作着，始终充当着见证了日本经济高速成长的噗力高公司的思想象征。田边信一郎就在这热潮的末期成了噗力高奶糖的狂热爱好者。迟来的粉丝信一郎之所以会对小玩具和广告牌如此狂热，有可能是因为家中并不富裕，从小就得不到许多玩具吧。

噗力高公司开始把重点从奶糖转移到包裹了巧克力的棒状饼干和整板的巧克力上，与此同时，还大量推出了半成品咖喱和意面产品。作为廉价食材，这块产业如今反倒变得更为重要了。因为时代已经对点心有了更高级的需求。

日益明亮而现代化的日本人的厨房，其真实情况却十分拮据。大阪工厂除点心以外，廉价半成品食材的产量越来越多，方便快捷的噗力高食品开始支撑表面上越来越富裕的日本人的厨房，充分保持了噗力高日本食材之王的印象。紧接着，泡沫经济来临了。在这一时期，悲剧无情地袭向经营者。

社长大日向卓三属于战中派，坚持着奇怪的右翼立场。随着公司产品在亚洲各国获得成功，相关不动产事业也乘着泡沫经济的浪潮，在地价不断暴涨的势头下获得了高收益，让噗力高一跃成为日本顶尖企业之一。噗力高成了名牌，大日向卓三也住进了带泳池的豪宅，时常在广告中登场，经常接受媒体采访。他建造了玩具收藏品的展览馆，还着手准备创立噗力高玩具厂。这个随着不断成功成为时代性人物的大日向社长，却开始做出要重新建立大东亚共荣圈这种不合时宜的发言，断言和平宪法是奴隶宪法，展现出了前朝遗老的骄纵。

从小零售店白手起家的老经营者们常有这种毛病，而他身边又没有优秀的参谋。另外，当时并不存在来自邻国的军事威胁，因此左翼学者和一般民众对他越来越反感，加之此人缺乏教养且词汇量不丰富，渐渐开始受到大量批判。甚至有评论家揶揄道，噗力高的老不死是日本食品里的有害添加物。可能受周围这种气氛的影响，大日向的孙子被绑架了。

那个时代，日本虽然富裕起来了，可是没能乘上经济高速增长快车的贫困阶层中，却出现了许多犯罪分子。大日向社长公开宣布自己相信优秀的日本警察，拒绝支付赎金，而警方也很快开始了公开调查，但很不幸，一切努力都没有奏效，孩子最终变成了一具悲惨的遗体。

紧接着又出现了散播噗力高所有产品都被投毒谣言的愉快

犯，他们利用媒体展开了针对噗力高的游击式威胁。世间立刻为这一剧场型犯罪一片哗然，噗力高产品的营业额骤然下降。部分嫉妒分子自然是对这一情况暗自叫好。

两起针对噗力高的案件都追查不到凶手下落，使得调查如入迷宫。与此同时，噗力高奶糖那穷酸的玩具已经彻底遭到了饱食时代儿童们的冷遇。他们平日里玩耍的都是更昂贵的玩具，同时卡路里摄取过量也渐渐成了问题，那句“一颗四百米”的广告词已经变得意义不明了。附带小玩具的奶糖被打入冷宫，最终停止了生产。以此为契机，噗力高的点心和食材类产品的营业额都齐刷刷地跌落下来，就这样，大日向卓三的光辉始于奶糖，亦终于奶糖。

失意的老社长突然病倒，很快就去世了，玩具生产的策划也就此中断。因为儿子的死而精神抑郁的二代社长缺乏新商品创意，又没有足够的经营能力。最终，经营团队没能找出阻止衰退的办法，曾经把噗力高旗下食品视作危险并对其敬而远之的日本消费者迟迟没能打消心中的恐惧，在这场食品的长跑竞赛中，噗力高接连被后起的点心厂商超越，远远比不上他们的名气了。

噗力高的点心和食品老土穷酸的印象渐渐固定下来，以奶糖为代表的一众噗力高点心早已从零食店和便利店的货架上消失，唯有那残留在发祥地逐渐腐朽的大广告牌，还在向人们诉说着往日的荣光。

已经成人的田边信一郎从大四开始搬进了这座 T 见车站前的四层小公寓，他之所以选择这里，是因为窗户正对着那块让人怀念的大招牌。本来作为一间单身公寓，这里的房租高得离谱，但能从早到晚看到那块小时候不惜坐电车也要跑过来看的“一颗四百米”大广告牌，他还是没能抵挡住诱惑。虽然房租要花掉他

将近两张万元大钞，但广告牌的存在却让他咬牙接受了。可是说不定正因为这个，换句话说，这块广告牌成了信一郎后来遭遇的那些痛苦的元凶。

无论是作为噗力高奶糖小玩具的粉丝，还是T见市“一颗四百米”广告牌的粉丝，少年田边都是最后的迟来者。那时，奶糖和玩具都渐渐失去了孩子们的青睐。虽然他狂热时并未察觉，但在成人后还是发现了这个事实。现在回想起来，他升上初中时，街上的零食店已经看不到噗力高奶糖的影子了。

信一郎身为迟到的粉丝，最终目睹了噗力高从王座跌落的整个过程，同时也用自己的人生去陪伴了那场跌落。信一郎大学后期的历史正如噗力高公司那般，一路向下坠落。同样，把父亲给的手表戴在左手腕上，与陌生的同伴一同等待广告牌点亮的那个时代，对噗力高和信一郎来说，都是最为荣耀的一刻。

窗外的广告牌笼罩在烟雨中，仿佛在不断向四楼窗前的信一郎发送意味深长的信息。那块夸张的看板渐渐腐朽，油漆剥落，在熟知它昔日荣耀的人眼中，变得有如死鱼的鳞片般惨不忍睹。剥落成薄片的油漆不分昼夜在风中飘摇，霓虹灯管的配线和面部表情变化的动力装置也早已被锈蚀，青年的脸，已经很久没有变化了。

然而他被固定下来的表情却与奶糖外盒上并不一样，不知为何显得异常苦闷。那并非普通的表情，也非冲过终点的笑容。对这个中距离竞跑的青年来说最为严苛的时间被永远冻结了。那早已不是“一颗四百米”，而是被迫永远奔走在看不见终点的漫长跑道上，如同罪人一般，让人联想到希腊神话里西绪福斯的惨剧。

在他还会专程来看广告牌的孩童时期，每当那个痛苦的表情出现，他心里就会强烈希望青年早点换上冲过终点的笑容。然而

他已经等了十年，那个表情依旧没有变化。青年将永远背负着罪孽的苦楚。

苦行并非仅仅加诸广告牌上的青年。它还正确投影出了魄力高食品的现状，同时也迫使行走在 T 见市街道上的所有市民来分担那种痛苦。更重要的是，它让每天都能透过窗户看到广告牌的田边信一郎分担了那种苦闷。自从信一郎搬进来之后，就陷入了拮据而窘迫的生活，他渐渐开始把一切都怪罪到那块日渐凋零的广告牌上了。

在 J 大读书时，他自诩文学青年，又加入了轻松悠闲的落语研究会，时不时到浅草和新宿的寄席^①去看看表演，闲散度日。他既没有努力学习，也没有积极展开就职活动，自然没能通过任何一流企业的入职考试，最后只能加入了所有人众口一词斥为蛇蝎、唯恐避之不及的 Y 家电公司。在这家丝毫不受欢迎的公司上了一年班，毫不夸张而且毫无幽默感地说，那简直是地狱。简直就是那块广告牌上的青年！

一个并非他顶头上司，而是还要往上一层、负责统管的部长深信自己是能人，还长着一副体育健将的身材，他强迫员工每天早会都在卖场站队，大声唱和：“使劲卖！再使劲卖！”

他得了流感时也不被允许休假，只能头昏脑涨地勉强坐到自己座位上，却听到那位部长豪放地大笑道：“田边，你这是智慧热吗？哇哈哈！”

不仅如此，他说完还四处瞪视，强迫周围的人跟他一起笑。其中还有一些对这个一点儿都不好玩的笑话发出真正笑声的马屁精，这让信一郎对那些非人的恶意感到了绝望，逐渐开始不再信

^①寄席：表演落语的小剧场。

任人类，陷入了职场的信任危机。

部长总以学生时代当过橄榄球队前锋为骄傲，在田边的业绩不理想时，就把他带到走廊上甩耳光。迟到了被一脚踹腰，或是当着众人的面大加斥责，甚至取笑。而且那还是在他被强迫连续加班，身体不适且只睡了四个小时觉的早晨。

当时过劳死的企业战士正成为社会性话题，与之相关的电影电视如同雨后春笋般涌现出来。其实仔细想想，魄力高的那块广告牌正是企业战士的先驱。劳动省设定了一条“过劳死界限”，将每个月的加班时间限制在八十个小时以内。结果部长就大声对他们宣布“老子为了你们会严格遵守这个八十小时国家规定”，并强迫所有人都加班整整八十个小时。

不用说，这根本就不是国家明令所有人必须加班八十个小时，而是无论如何都不能让加班时间超过这个数字。当然，他那八十个小时的加班工资是一分钱都拿不到的。尽管以前动辄超过一百小时，相比之下应该算轻松了不少，但要在那咄咄逼人的骂声中连续加班八十个小时，对他的精神也是一种沉重的负担。

比那还要痛苦的，是强制分配到自己头上的业绩要求。信一郎入职 Y 家电时正值经济最景气的时期，也是一般性认为生活家电已经完成了全日本普及的时期，完成业绩要求自然成了难于登天的事情。如果这是每个家庭都憧憬不已，让主妇们为了虚荣互相攀比的新产品出现的时期则尚好，可是那种东西如今早已完成了普及，还要完成上一个时代设定的业绩标准，就完全是不可能的任务了，而这个难题最终影响到的，是信一郎的顶头上司。

他是个性格认真而细致的男人，然而部长不分昼夜的苛责和暴力迫使他某一天用自己的工资伪造了虚假业绩，然后在家中上吊自杀了。

可是部长得知此事后依旧没有任何改变，反倒对部下信一郎破口大骂，说“都是你的错，如果你好好工作就不会有这种事了”。还说他当初进公司的时候，要求比这还要严格。虽然他连续好几天都不断重复那些借口，但事实是，他口中的那个时代新产品更多，家电的需求量也更大。

深夜，信一郎回到自己的单身宿舍里，喝着睡前的薄酒。他望向窗外，看到了始终竖立在那里，夸张地标榜“一颗四百米”的、行将腐朽的广告牌。那块青年咬牙奔跑的广告牌没有给信一郎带来半点安慰，反倒让他感觉每天都被按着脑袋生存，沉重的压力几乎要令他精神扭曲。

他无论如何都冒不出“连他都这么努力，自己也该再努力一点”的想法。因为那块广告牌上的青年，似乎与那个讨厌的部长重叠在了一起。部长经常自我夸耀，说大学时打过橄榄球，高中时参加过田径部。一想到他的语气，信一郎就想冲动地砸碎那块广告牌。就算砸不碎，至少也要毁掉那张苦闷的脸。他愿意用自己的一切来交换。

他开始表现出实际的生理症状，晚上睡不着，低烧不退。不仅如此，他的记忆力也开始衰退，双手不受控制地颤抖，连账本都记不好了。慢慢地他开始认为，如果每天都要面对这些，还不如死了更轻松，并且一点点察觉到，他的顶头上司早已被逼到了这种境地。

顶头上司明显是被部长害死的。可是包括警察在内，没有任何人怀疑这一点。那些在酒席上谈论这件事的人都异口同声地说，所有工作都是这个样子的。田边深刻感觉到，再这样下去自己也会被害死。因为照这样下去，那个死去的上司的职责迟早有一天会被推到自己头上来。如果只是一介小职员，他顶多也就挨

几下耳光而已，一旦成为现场主任，完不成目标就只能自杀了。如果不想变成那样，就只能拼命工作让自己过劳死，就算侥幸没有过劳死，也会因为极端厌恶职场而患上抑郁症。他感到四面楚歌，这个职场已经没有了出路。

开什么玩笑，为了活命只能逃离这个地狱，想到这里，信一郎向部长递交了辞呈。结果被大吼一声蠢货，紧接着又被咒骂“为什么你们这些年轻人这么脆弱，如果所有人都像你这样轻易认输辞职，这个公司会变成什么样，根本开不下去了”。做完这番说教后，部长最终也没有同意他辞职。

后来经过反复思索，故意失败、被咒骂了无数次之后，信一郎总算让公司主动辞退了自己，成功逃脱了那个地狱。可是上头却以给公司带来了损失为理由而拒绝支付退职金，使他立刻陷入了窘迫的生活中。尽管如此他还是认为，这样总比死了好。

后来他重新拾起了大学时染上的麻将赌博的坏毛病，不仅没找到工作，还欠了一屁股债。原本觉得自己住的单身公寓过于狭小，如今没了收入来源，却让他将这里当作了天堂。他靠打零工维生，卖掉了所有藏书，连电视机和音响都卖给了朋友和当铺，过上了一天只吃一餐的生活。尽管如此，终结的时刻还是到来了。如果房租再便宜点，或者有个女朋友，说不定还能多支撑一段时间，只是他实在给不起如此高昂的租金，不得不离开的日子来得比他想象中还要快。

终于到了不得不搬家的日子，信一郎站在空荡荡的房间床边，凝视着那块“一颗四百米”的广告牌。那个青年依旧忍受着长途奔跑的苦闷。

“都是你的错。”

信一郎看着他，低声骂了一句。